

Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Niat Beli Konsumen Anc
Boutique

DELLA VIGNA ROSELA

141120086

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social media marketing terhadap niat beli konsumen. Penelitian ini dilakukan pada anc boutique di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 100 responden dengan kriteria adalah konsumen memiliki akun instagram, dan belum pernah berbelanja online di AnC Boutique. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan disimpulkan bahwa *context, communication, collaboration, connection* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

Kata kunci: *Context, Communication, Collaboration, Connection, Niat Beli Konsumen.*